**Таряник Олена Михайлівна. Формування стратегії прідприємства на основі проіритетів розвитку : Дис... канд. наук: 08.06.01 – 2004**

|  |  |
| --- | --- |
|

|  |
| --- |
| **Таряник О.М.**Формування стратегії підприємства на основі пріоритетів розвитку. – Рукопис.Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.06.01 – економіка, організація і управління підприємствами. – Українська державна академія залізничного транспорту, Харків, 2004.Дисертацію присвячено теоретичному обґрунтуванню і практичному вирішенню актуального науково-практичного завдання формування стратегії підприємства на основі пріоритетів розвитку. Розроблено методику визначення інтегральних показників внутрішніх можливостей і сукупного впливу факторів зовнішнього середовища підприємства. Уточнено склад факторів для класифікації стратегій підприємства. Удосконалено методичний підхід до аналізу внутрішнього потенціалу діяльності підприємств.Розроблено класифікацію стратегій підприємств за приналежністю їх стратегічних інтересів і можливостей до галузевого, регіонального або комбінованого типів. Удосконаленометодичний підхід до визначення факторів внутрішніх можливостей підприємства і його зовнішнього середовища, які мають найбільший вплив на вибір стратегічних пріоритетів. Удосконалено процес формування стратегії розвитку підприємства шляхом включення етапів аналізу стратегічних інтересів і можливостей підприємства і вибору його стратегічних пріоритетів. |

 |
|

|  |
| --- |
| У дисертації розглянуті теоретичні основи і розроблені методичні рекомендації з удосконалення процесу формування стратегії підприємства на основі пріоритетів його розвитку. Основні висновки, отримані в результаті дослідження, полягають у наступному:1. Удосконалено класифікацію стратегій підприємства на основі наступних ознак - продукт, ринок, етап життєвого циклу галузі, місце підприємства у галузі, лідерство у конкуренції, і виділено ієрархію рівнів стратегій, побудовану на підставі причинно-наслідкового і системного підходів до вирішення питання стратегічної орієнтації підприємства. Визначення ознак дозволило сформувати класифікацію стратегій підприємства в залежності від рівнів його функціонування.
2. Удосконалено методичний підхід до комплексного аналізу внутрішнього потенціалу підприємства шляхом доповнення існуючих відносних показників, їх систематизації і розподілу на групи: основні фінансові показники, показники характеристики структури продукції, основні трудові показники, показники характеристики капіталу, показники використання прибутку, показники дебіторської і кредиторської заборгованостей. Аналіз потенціалу дозволяє підприємствам визначати власні внутрішні можливості, здійснювати подальше формування пріоритетів розвитку.
3. Розроблено класифікацію підприємств за критеріями приналежності їх стратегічних інтересів і можливостей. У відповідності із запропонованою класифікацією їх можна поділити на підприємства із галузевими, регіональними і комбінованими інтересами і можливостями. До першої групи пропонується відносити підприємства, які займають позиції лідерів у відповідних галузях, випускають високоякісну і конкурентоспроможну продукцію, яка широко експортується. Підприємства другої групи працюють виключно на регіональному ринку збуту. До третьої групи потрапили підприємства, які поєднують ознаки як першого, так і другого типів. Така класифікація дає можливість підприємству в залежності від його стратегічних інтересів і можливостей визначитися із напрямком свого подальшого розвитку.
4. Запропоновано методичний підхід до визначення факторів внутрішніх можливостей і зовнішнього середовища, які мають найбільший вплив на вибір пріоритетів розвитку підприємства. Даний підхід базується на розрахунку тісноти зв‘язку між факторами і типом стратегічних інтересів і можливостей підприємства. Виявлені у роботі найбільш вагомі фактори є основою для визначення ступеню впливу зовнішнього середовища і широти внутрішніх можливостей підприємства.
5. Розроблено методику розрахунку інтегральних показників внутрішніх можливостей підприємства і сукупного впливу факторів зовнішнього середовища, яка базується на оцінках характеристик факторів та їх вагомості. Ця методика дозволяє позиціювати підприємства у матриці за значеннями їх інтегральних показників, що дає можливість визначити діапазон внутрішніх можливостей і ступінь впливу зовнішнього середовища на діяльність підприємства.
6. Удосконалено процес розробки і реалізації стратегії підприємства шляхом включення етапів аналізу його стратегічних інтересів і можливостей і вибору стратегічних пріоритетів, обумовлених станом внутрішнього потенціалу і впливом зовнішнього середовища. Внаслідок визначення взаємозв‘язку етапу вибору стратегічних пріоритетів з іншими етапами формування стратегії було запропоновано матрицю формування стратегії. Крім запропонованих, вона включає усі наступні етапи стратегічного планування і управління: складання конкретних стратегічних програм, прийняття бюджету фінансування стратегії, організацію діяльності підприємства у відповідності до його стратегічних пріоритетів, контроль за виконанням стратегії.
 |

 |